

Xifres grans, talles petites

Cent vint-i-cinc mil milions de pessetes de facturació i una exportació per valor de més de deu mil milions, són les xifres del sector de la confecció infantil. Malgrat el mercat europeu, que garanteix l'augment de les exportacions, el descens de la natalitat i la petita dimensió de les empreses són els problemes a resoldre.

Albert Vicent

Tres-cents trenta-una col·leccions primavera-estiu de moda infantil i complements es presenten enguany a la 29 edició de la Fira Internacional de la Moda Infantil-Juvenil (FIMI) que se celebra a València del 13 al 15 de juliol, mantenint-se com el primer aparador de moda infantil de l'estat espanyol i com un dels més importants certàmens d'aquest tipus de tot Europa. El nombre d'expositors que acudirán a FIMI és de 235, dels quals 26 són firmes estrangeres.

El mercat de la moda infantil va facturar el 1988 prop de 125.000 milions de pessetes a l'estat espanyol, segons estimacions de l'Administració i del mateix sector. Partint d'un mercat de 7 milions d'unitats familiars amb membres de menys de 14 anys, la despesa mitjana per família i any se situa entre les 15.000 i les 17.000 pessetes.

Un sector amb dos problemes

La indústria de confecció i gènere de punt per a la infantesa té en aquests moments dos problemes estructurals per resoldre.

En primer lloc, es dona una dimensió reduïda de les indústries fabrils, amb escassa tecnologia punta, sèries de producció curtes i carents d'una xarxa de comercialització pròpia capaç de ser competitiva a nivell europeu. De fet, més del 75 per cent de les instal·lacions productives del sector tenen menys de 25 treballadors en plantilla.

Aquest fet es compensa amb una nova estratègia: els manufacturats produïts pel col·lectiu industrial dedicat a moda infantil es venen, sense marca pròpia, a empreses que, sense participar en el procés de producció, es dediquen exclusivament a la distribució. Aquestes societats comercialitzadores reuneixen productes



Moda infantil: Baixa la natalitat però pugen les exportacions.

de diversos fabricants i els incorporen tota la tasca de màrqueting i promoció. D'aquesta manera l'oferta infantil manté el seu caràcter *artesanal* i adjunta altres components de valor afegit, com ara disseny, moda, teixits d'alta qualitat, major gamma de colors i un percentatge d'exclusivitat superior.

El segon problema que pateix el sector és el descens de la taxa de natalitat, amb la consegüent disminució de clients potencials, una pèrdua de mercat tan sols compensable amb l'exportació.

Quant al mercat estatal, el País Basc, Catalunya, País Valencià i Madrid són les zones amb major nivell de consum pel fet que són àrees d'una major cultura industrial, on l'autoproveïment —confecció domèstica per a bebès i xiquets— és menor i es valoren més aspectes propis

Principals exportadors infantils

Empresa	Volum d'exportació (en milions de ptes)
Lemur (Mataró)	520
Gregory Difusion (Barcelona) ...	240
Promotex Hit (Barcelona)	238
New Alhambra (Alacant)	227
Confecciones Sulfy (Carcaixent)	200
Illice (Elx)	174
Clavell (Mataró)	130
Juan Ramilans (Girona)	102
Querol (València)	72

Font: Foment de la Producció

d'una producció industrial, com la moda o les últimes tendències en disseny.

Exportacions: bons horitzons

L'exportació de moda infantil va ascendir el 1988 als 10.600 milions de pessetes, situant-se així al capdavant de la confecció tèxtil i amb perspectives de futur en alça, ja que l'oferta estatal està considerada, junt amb la italiana i la francesa, com una de les més notables per la creativitat dels seus models. Cal destacar que les principals firmes exportadores tenen la seua seu a Catalunya i al País Valencià (vegeu quadre adjunt).

Per mercats, la principal destinació de l'exportació són els països de la CE, que reben més del 40 per cent del total de l'exportació. Aquesta xifra es veurà augmentada i reforçada a partir d'aquesta edició de FIMI, ja que és la primera que se celebrarà després que la CE haja decidit suprimir l'aranzel a les vendes de productes industrials confeccionats a Espanya.

D'altra banda, Estats Units i els països àrabs són els altres grans compradors de moda infantil confeccionada a Espanya, si bé tots dos tenen un ritme de creixement menor. Així, la inestabilitat del dòlar ha fet prendre precaucions als exportadors que treballen per al mercat americà, mentre els països àrabs continuen sotmesos a la caiguda del preu del petroli, amb la consegüent disminució de poder adquisitiu, per sota del que presentaven a principis de dècada. □